

Ю. М. Снурнікова, Т. М. Бобильова

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Типи амплуа ведучих-провокаторів сучасних українських діалогових програм

Снурнікова Ю. М., Бобильова Т. М. Типи амплуа ведучих-провокаторів сучасних українських діалогових програм. Досліджено провокаційні прийоми та інші чинники творення амплуа ведучого-провокатора. Визначено найбільш уживані в теледіалогах типи провокацій. Типологізовано амплуа ведучих-провокаторів розважальних та суспільно-політичних діалогових програм українського телебачення на основі аналізу комунікативних технік ведучих Катерини Осадчої, Отара Кушанашвілі, Євгенія Кисельова та Савіка Шустера.

Ключові слова: *амплуа, телеведучий, провокація, теледіалог, імідж, образ, телевізійна комунікація.*

Снурникова Ю. М., Бобылева Т. М. Типы амплуа ведущих-provokatorov современных украинских программ диалогового типа. Исследованы провокационные приёмы и другие факторы, влияющие на формирование амплуа ведущего-provokatora. Определены наиболее часто используемые в теледиалогах типы провокаций. Типологизировано амплуа ведущих-provokatorov развлекательных и общественно-политических диалоговых программ украинского телевидения на основе анализа коммуникативных техник ведущих Катерины Осадчей, Отара Кушанашвили, Евгения Кисельова и Савика Шустера.

Ключевые слова: *амплуа, телеведущий, провокация, теледиалог, имидж, образ, телевизионная коммуникация.*

Snurnikova Yu. M., Bobilyova T. M. The role types of showmen-provokers in the modern Ukrainian dialogue programs. The provocative technics and other factors which influence on the formation of a role of the showman-provoker are studied. The most often used in TV-dialogues types of provocation are defined. The showmen-provokers role types of entertaining and political dialogue programs on the Ukrainian television based on the analysis of communicative techniques of showmen Kateryna Osadcha, Otar Kushanashvili, Yevgeniy Kiselyev and Savik Shuster are classified.

Key words: *role, showman, provocation, TV-dialogue, image, TV-communication.*

У процесі розвитку й трансформації телевізійних діалогових жанрів помітна тенденція їх тяжіння до скандальності та провокаційності. Ведучі активно використовують у практиці методи провокування, винаходять нові, що надає образам ведучих особливих іміджевих рис. Сам метод провокації стає стрижнем телепроектів, своєрідною «родзинкою», що робить їх видовищними.

У сучасній теорії соціальних комунікацій спостерігається недостатня вивченість чинників творення амплуа ведучого-провокатора, а також поведінкових стратегій таких ведучих. Особливістю поведінки ведучих-провокаторів є виразна безцеремонність, що суперечить професійній етиці та стандартам журналістики, але в більшості випадків сприяє підвищенню рейтингів популярності ведучих, їх програм, телеканалів. Дискусійність питання, внутрішня суперечливість амплуа ведучого-провокатора обумовлює актуальність даного дослідження.

Об'єкт дослідження — амплуа ведучих-провокаторів на центральних каналах сучасного українського телебачення (на прикладі ведучих авторських програм діалогового типу Катерини

Осадчої, Отара Кушанашвілі, Євгенія Кисельова, Савіка Шустера).

Предмет дослідження — типи провокацій, що використовуються в теледіалозі.

Метою дослідження є типологізація амплуа ведучих-провокаторів сучасних українських діалогових програм на основі аналізу чинників творення амплуа та поведінкових стратегій ведучих.

Переважна частина робіт, якими ми послуговувалися під час вивчення феномену амплуа журналіста, належать російським науковцям, проте є актуальними і для українських реалій. Очевидно, театральний термін «амплуа» (франц. *emploi* — застосування) — тип акторських ролей — стали вживати в телевізійній практиці на позначення однієї з ключових характеристик телеведучого з огляду на поєднання ним у своїй роботі рольового та натурального принципів [3; 4]. Г. В. Кузнецов під амплуа телеведучого розуміє його спеціалізацію, вид екранної діяльності (інтерв'юер, модератор, шоумен) [3]. М. М. Лукіна розглядає амплуа як телевізійну маску журналіста [4].

Вивчення методології журналістського інтерв'ю бере початок у рамках психологічних та

філологічних наук (лінгвістики та риторики). Лінгвіст В. Н. Степанов досліджував прагматичні механізми нарощування смислів у ситуації провокаційного спілкування і дійшов висновку, що провокаційне питання є «засобом непрямой комунікації, непрямим мовленнєвим актом» [6:177], у якому зовнішній та внутрішній семантичні рівні питальної конструкції не співпадають, а сама провокація — конструктивний елемент діалогу. М. М. Лукіна, детально описавши всі стадії проведення інтерв'ю, акцентувала увагу на деструктивній і маніпулятивній природі провокаційних питань, включивши їх у список тих, яких варто уникати [4]. О. С. Іссерс докладно описала тактики вивідування інформації та емоційно-дестабілізуючі тактики [2]. Провокаційні тактики в контексті теорії та практики мовленнєвої комунікації вивчала Є. Н. Зарецька [1].

Під час дослідження ми використовували методи аналогії, порівняння, конкретно-типологічний, описовий (для розкриття змісту телепередач і характеристики телеведучих), суцільний моніторинг програм, каналів та роботи ведучих, контент-аналіз.

Дослідження витоків феномену телевізійного амплуа та його місця в структурі особистісного іміджу показало, що саме вдало обране амплуа, яке не вступає в дисонанс з особистісними характеристиками телеведучого, відіграє вирішальну роль у творенні іміджу популярного ведучого. Популярність ведучого-провокатора пояснюється підвищено емоційним сприйняттям скандальної телеінформації глядачами, а характер ефекту «якоріння» [3] стану телеаудиторії визначається характером тих провокаційних прийомів, якими найчастіше користується ведучий у своїй практиці.

Лінгвісти розглядають провокацію як конструктивний метод стимулювання мовленнєвого акту. Конфліктологи вкладають традиційний, негативний зміст у поняття (латин. *provocatio* — виклик) [5]. Провокація в контексті журналістикознавства посідає між цими двома полюсами проміжне місце. Її конструктивний/деструктивний вплив на діалог залежить від мети ведучого (вивідати ексклюзивну інформацію і/або емоційно дестабілізувати співрозмовника).

Досліджуючи амплуа ведучого-провокатора, аналізуємо: 1) типи провокацій, які використовує ведучий; 2) формат програми; 3) особистісні психологічні риси ведучого.

Два останні чинники є формотворчими для будь-якого амплуа, тоді як характерні провокаційні прийоми, за умови їх вдалого застосування, створюють цілий діапазон найрізноманітніших амплуа ведучих-провокаторів.

Беручи за основу вже існуючі дослідження, найбільш уживаними пропонуємо вважати такі

провокаційні прийоми: апеляція до псевдофактів (чутток), брехня, висловлення недовіри, глузування, демонстрація обізнаності, звинувачення чужими вустами, комплімент, некоректні з точки зору логіки питання, помилки питань, приниження, сугестія. Аналіз комунікативних технік показав, що кожний ведучий-провокатор схильний застосовувати у своїй практиці відносно сталий набір провокаційних прийомів.

Екранний образ телеведучого, зазвичай, відповідає творчій концепції програми. Амплуа ведучих-провокаторів у розважальних діалогових програмах і суспільно-політичних ток-шоу принципово різняться емоційно-експресивним навантаженням. Нами помічено: якщо провокація несе переважно розважальну функцію, то амплуа ведучого більш емоційно забарвлене, його комунікативна стратегія більш різка. У діалозі на серйозні суспільно-політичні теми провокація, як правило, більш виважена, і задля її виявлення необхідно суттєво заглибитися в сутність розмови. Закономірно, що й поведінка ведучого в цьому форматі стриманіша. Амплуа першої категорії ведучих справляє враження набагато більш провокаційного, тому розважальним провокаторам нерідко дають імена «людина-провокація» чи «людина-скандал». Такі ведучі акцентують увагу на своїх методах, позиціонують себе як провокатори, маючи на меті шокувати глядача «пікантними подробицями», але, попри звичність явища, рідко досягають такого ефекту.

Комунікативна стратегія ведучого та його поведінкові особливості залежать також від характеру співрозмовника, під якого «підлаштовується» ведучий. Так, в інтерв'ю з зірками шоу-бізнесу та представниками політичної еліти Катерина Осадча («Світське життя», ТК «1+1») найчастіше має амплуа подруги, пліткарки чи давньої знайомої. Вона просить поділитися секретами особистого життя, інформацією про статки; використовує такі провокаційні прийоми, як сугестія, звинувачення чужими вустами, брехня, некоректні питання. Ведуча не має за мету розгнівати співрозмовника, вона хоче отримати відповідь з делікатними подробицями.

Важко уявити ситуацію, коли у відповідь на провокацію співрозмовник грубо відштовхує К. Осадчу, бо: 1) гламурний образ ведучої вимагає відповідного ставлення до неї; 2) поява зірки шоу-бізнесу в черговому випуску — своєрідний піар, а контекст, у якому вона з'явилася в ефірі, має другорядне значення.

Російський телеведучий грузинського походження Отар Кушанашвілі ще на початку 90-х років минулого століття обрав провокаційне амплуа нахаби, хулігана, яке міцно за ним закріпилося і забезпечило популярність. У про-

грамі «Розбір польотів» (ТК «Інтер») він виступає антиподом співведучої Юлії Литвиненко.

Поведінка О. Кушанашвілі виразно брутальна, він завжди говорить з підвищеною інтонацією, використовує лайливі слова, перекрикує інших присутніх у студії, активно жестикулює (аналог Говарда Стерна). Через це присутність О. Кушанашвілі виключає спокійний ритм розмови. Телеаудиторія постійно очікує чергового вибуху провокацій.

Серед найбільш уживаних О. Кушанашвілі прийомів — некоректні питання, що компрометують співрозмовника, звинувачення, висловлення недовіри (у грубій формі), приниження героя, навмисні помилки питань, більшість яких являють собою складні синтаксичні конструкції з великою кількістю підрядних речень і зворотів. Більшість реплік телеведучого О. Кушанашвілі викликають сміх у гостей студії. Гумором він пом'якшує ефект провокації, блокує агресію респондентів. Попри це амплуа О. Кушанашвілі далеке від «клоуна», він був і залишається в образі хулігана.

У політичних ток-шоу для провокатора характерні наступні ролі: опонент (вступає в дискусію з гостем, найчастіше політиком), дослідник (ставить змістовні провокаційні питання, впевнено орієнтуючись у темі дискусії), підбурювач (прямо не провокує, але сприяє взаємним звинуваченням сторін з протилежними точками зору з метою створення конфлікту між гостями студії), рефері (виконує функції модератора). Під час політичного ток-шоу ведучі нерідко змінюють свої амплуа залежно від ситуації (з дослідника — на опонента, з підбурювача — на рефері та навпаки).

Переважає більшість провокаційних питань Євгенія Кисельова («Велика політика», ТК «Інтер») передбачають виправдовування співрозмовника, але не викликають агресії з їхнього боку, тому що:

1) ведучий цитує інших (звинувачення чужими вустами), тому гість не може реагувати

агресивно на того, хто, здається, займається пошуком істини;

2) він маскує пряме звинувачення під спокійною інтонацією (сугестія);

3) VIP-гості програми, турбуючись про свій імідж, для підвищення довіри громадян змушені виправдовуватися, а не нападати у відповідь.

Провокації у політичному ток-шоу покликані збити з пантелику запрошеного гостя і завадити йому відповісти за шаблоном, однак вони далеко не завжди є гарантією неупередженості ведучого. Він може не дотримуватися балансу запрошених, створювати різний режим виступів для представників влади та опозиції, дозувати вихідну інформацію тощо.

Те саме стосується і ведучого-провокатора Савіка Шустера («Шустер Live», ТК «Перший національний»). Хоча С. Шустер та Є. Кисельов мають різні психологічні типи, провокаційні прийоми використовують однакові, зважаючи на спільність тематичного та жанрового спрямування їх ток-шоу. Мета провокацій С. Шустера — викликати конфлікт між прибічниками різних точок зору, створити видовище за участі великої кількості гостей. Розважальний елемент усе більше витісняє змістову складову програми «Шустер Live».

Феномен амплуа провокатора та його трансформації — відносно нове явище в українському телепросторі, яке, враховуючи нинішні тенденції розвитку комерційного телебачення та боротьбу за високі рейтинги, ще довго залишатиметься актуальним. Підходи до класифікації амплуа ведучих-провокаторів діалогових проєктів залишаються дискусійними і потребують подальших наукових розвідок. Результати досліджень у цього напрямку можуть бути затребувані українськими іміджмейкерами та майбутніми авторами-ведучими телепрограм на етапі розробки концепцій діалогових проєктів з метою уникнення штампів у образах ведучих.

Література

1. Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. — М. : Дело, 2002.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М. : УРСС Эдиториал, 2008.
3. Кузнецов Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. — М. : РИП-холдинг, 2004.
4. Лукина М. М. Технология интервью / М. М. Лукина. — М. : Аспект Пресс, 2005.
5. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М. : Азбуковник, 1999.
6. Степанов В. Н. Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики / В. Н. Степанов // Московский лингвистический журнал. — 2003. — Т. 6, № 2. — С. 6—12.